

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
( *Survey Konsumen Barbershop Kota Padang* )**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi  
S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Univesitas Andalas*



oleh

**ANJAKA RAY GUCCHI**  
**1510526020**

**Dosen Pembimbing : Asmi Abbas, SE, MM**

**JURUSAN MANAJEMEN INTAKE  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
2018**



No. Alumni Universitas :

**ANJAKA RAY GUCCHI**

No. Alumni Fakultas :

a). Tempat / Tgl Lahir: Jakarta / 26 April 1992, b). Nama Orang Tua: Jumadi dan Aisyah, c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No Bp : 1510526020, f). Tanggal Lulus: 8 Oktober 2018, g). IPK: 3,02 h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan i). Lama Studi: 3 Tahun 2 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jln.H.Ilyas No.30 Rt.02 Rw.010 Petukangan Utara Kec.Pesanggrahan Jakarta Selatan

## **Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Konsumen Barbershop Kota Padang)**

*Skripsi S1 oleh : Anjaka Ray Gucchi**Pembimbing: Asmi Abbas, SE, MM*


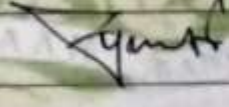

### **ABSTRAK**

Persaingan bisnis di era sekarang ini sangatlah berkembang dan berganti dengan cepat memberikan dampak yang sangat tinggi terhadap pemasaran suatu bisnis. Hal ini yang dimanfaatkan perusahaan dalam menerapkan *Store Atmosphere* atau suasana toko untuk menjadikan strategi dalam memenangkan persaingan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Barbershop Kota Padang. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan membagikan kuisioner kepada 145 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS 23.0 Hasil yang didapat menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan dalam menentukan Kepuasan Konsumen sedangkan *Service Quality* sangat berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Koefisien determinasi *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen menunjukan nilai sebesar 0,635 berarti nilai 63,5%. Sedangkan sisanya sebesar 35,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian.

**Kata Kunci:** *Store Atmosphere, Service Quality, Kepuasan Konsumen*

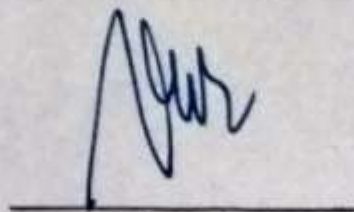
Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 8 Oktober 2018.

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Asmi Abbas, SE, MM	Dra. Yanti, MM	Dr. Eri Besra, SE, MM

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. Verinita, SE, M.Si**  
NIP : 197208262003122004



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/ Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan



